

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт менеджмента и права
Кафедра экономики и менеджмента

Бизнес-план открытия спортивного парка

Выпускная квалификационная работа

Выпускная квалификационная
работа допущена к защите
Зав. кафедрой

«___» _____ 20__ г.

Нормоконтролер

«___» _____ 20__ г.

Исполнитель:

Степанюк Илья Юрьевич
студент группы ББ-41, 4 курса
очного отделения
направление «38.03.02 – Управление
малым бизнесом»

Научный руководитель:

Москалева Н.Н.,
канд.экон.наук,
доцент кафедры ЭиМ

Екатеринбург 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ОТКРЫТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ.....	7
1.1 Бизнес планирование как инструмент управления.....	7
1.2 Рекомендации по разработке бизнес-плана.....	13
1.3 Методики бизнес-планирования.....	14
 ГЛАВА II. БИЗНЕС-ПЛАН ОТКРЫТИЯ СПОРТИВНОГО ПАРКА «JURMUR» В ГОРОДЕ ЕКАТЕРИНБУРГЕ.....	 18
2.1 Резюме	18
2.2 Анализ отрасли	20
2.3 Маркетинговый план.....	23
2.4 Производственный план.....	25
2.5 Организационный план.....	28
2.6 Финансовый план.....	34
2.7 Оценка рисков.....	42
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	46
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	49
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	52

ВВЕДЕНИЕ

Первый прообраз современного батута был собран в 1936 году, в обычном гараже, Джорджен Ниссенем, чемпионом по акробатическим прыжкам и прыжкам в воду. Его изделие быстро завоевало популярность. На батуте стали тренироваться не только профессиональные спортсмены и акробаты, но также батут стали использовать простые люди для развлечения и отдыха.

Современные батуты подразделяются на несколько видов — для домашнего и профессионального использования. Профессиональные батуты изготавливаются из сверхпрочных материалов (пленка рабочей поверхности, прочная сталь пружин и каркаса) и имеют огромную прыжковую поверхность. Зона вокруг рабочей поверхности оснащается, так называемой, «поролоновой ямой» — специальная страховочная зона, защищающая прыгающего человека от травм при падении.

Именно профессиональные батуты используют для создания развлекательного батутного центра.

Батут (от фр. batoude, итал. battuta — «удар») — устройство для прыжков, представляющее собой прочную плетёную сетку, натянутую на металлическую раму при помощи резиновых или металлических пружин. Материал, который используется для изготовления поверхности батута, не является эластичным сам по себе. Эластичность достигается за счет пружин, расположенных по периметру (или по окружности) сетки.

Батуты как аттракционы существовали и раньше. Вспомните, с 1936 года — спортсмены, акробаты и развлечения. Обычно это один-два батута, которые ставили отдельно. Зачастую, это были батуты для домашнего использования. Такие батуты, в основном, пользовались популярностью только у детей.

Все изменилось с одного австралийца по имени — Брент Гранди. Как гласит легенда — однажды Брент, в прошлом успешный бизнесмен, с маленькой дочкой посетил игровой центр, в котором была батутная зона. Брент Гранди удивился популярностью этого аттракциона. Взрослые с детьми выстраивались в огромную очередь ради нескольких прыжков. К сожалению, на этом батуте нельзя было задерживаться, так как батутная зона не могла вместить всех желающих и очередь требовала освободить батут для них. В тот день многие так и не дошли до батута.

Именно в этот момент Гранди решил открыть первый в мире развлекательный батутный центр. Так, в городе Пенрит (Австралия), появился семейный батутный комплекс «FlipOut». Несмотря на то, что население города составляло 11 тысяч человек, за первый год работы центр принес Бренту несколько миллионов долларов США. С тех пор бизнес Брента Гранди — это батутные комплексы и успешная франшиза по организации батутных центров. Только за год, в одной Австралии, Брент открыл 25 батутных центров.

Как видно из истории австралийского бизнесмена — батутный комплекс как бизнес выгоден даже для маленьких городов.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что бизнес-план позволяет показать выгодность предлагаемого проекта и привлечь возможных контрагентов, инвесторов, а также дает возможность на получение кредита. Он поможет убедить инвесторов, в том, что вы нашли привлекательные возможности развития производства, позволяющие эффективно осуществлять намеченное и предприятие имеет эффективную, реалистичную и последовательную программу осуществления целей и задач проекта.

При всем многообразии форм бизнеса существуют основы, обязательные практически для всех областей коммерческой деятельности, для разных предприятий и организаций, опора на которые необходима для того, чтобы своевременно подготовиться к возможным неожиданностям и

устранить потенциальные трудности, опасности и тем самым уменьшить риск в достижении поставленных целей. Планомерная разработка стратегии и тактики производственно- хозяйственной деятельности предприятия является важнейшей задачей для любого бизнеса.

В рыночной экономике бизнес-план является исключительно эффективным рабочим инструментом как для вновь создаваемых, так и для действующих компаний во всех сферах предпринимательства. Бизнес-план побуждает менеджера тщательно изучить каждый элемент предполагаемого рискованного рыночного мероприятия. Практически всегда в этом процессе обнаружится немало слабых мест и пробелов, устранению которых нельзя не уделить внимания.

Бизнес-план составляется для внутренних и внешних целей. В подавляющем большинстве случаев, так уж сложилось в нашей стране, бизнес-план начинают составлять, когда необходимо привлечь инвестиции. Но дело в том, что это только одна сторона дела, на самом деле он составляется не только для внешних целей.

Внешние цели, для которых составляется бизнес-план, - обоснование необходимости привлечения дополнительных инвестиций или заемных средств, демонстрация имеющихся у фирмы возможностей и привлечение внимания со стороны инвесторов и банка, убеждение их в достаточном уровне эффективности инвестиционного проекта и высоком уровне менеджмента предприятия.

Каждый инвестор захочет оценить выгодность инвестирования в предлагаемый инвестиционный проект и оценить соотношение возможной отдачи от проекта и рискованности вложений, а лучший способ для этого - изучить и проанализировать бизнес-план инвестиционного проекта.

Бизнес-план, по сути - визитная карточка инвестиционного проекта. Он дает инвестору ответ на вопрос, стоит ли вкладывать средства в данный инвестиционный проект и при каких условиях он будет наиболее эффективен при допустимой для инвестора степени риска и верности допущений

сделанных разработчиком инвестиционного проекта. Однако российские предприниматели часто не имеют необходимой профессиональной подготовки для написания бизнес-планов.

Противоречие заключается между необходимостью бизнес-планирования на предприятии и отсутствием бизнес-плана спортивного парка.

Проблема заключается в невозможности создания новой организации без разработанного бизнес-плана спортивного парка.

Объект исследования – бизнес-планирование.

Предметом исследования является бизнес-план спортивного парка.

Цель: разработать рабочий бизнес-план создания спортивного парка в городе Екатеринбурге.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) рассмотреть структуру бизнес-плана;
- 2) разработать бизнес-план создания спортивного парка «JumpUp» в городе Екатеринбурге.

Методической основой работы являются опубликованные результаты исследований отечественных и зарубежных ученых и специалистов в сфере бизнес-планирования.

Методы исследования – теоретический (сравнение, обобщение, анализ), практические (статистический, математические расчеты и сравнительный анализ., наблюдение).

Структурно работа состоит из введения, практической главы, заключения, списка использованной литературы и приложений.

В первой главе приведена информационная справка о деятельности предприятия и содержание основных разделов бизнес-плана. Также описана экономическая эффективность бизнес-плана.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ОТКРЫТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Бизнес-планирование как инструмент управления

Бизнес-план сегодня не просто модное в России слово. Это официальный документ, который является одним из основных инструментов по добыванию денег. В западных деловых кругах его часто называют просто «делка».

Бизнес-план появился у нас в начале 90-х годов и был принципиально отличным от действующих документов. Отнеслись к нему с прохладцей, многие поначалу не обратили на него внимание, другие, обратив, не придали должного значения. Придерживались привычных технико-экономических обоснований. Однако выяснилось, что бизнес-план, если к нему отнестись серьезно, требует знаний отечественного бизнеса, его глубин. Не все сразу стали разрабатывать, предъявлять и требовать бизнес-план.

Вскоре, необходимость в бизнес-плане стала настолько очевидной, что уже в 1994-1995 гг. он становится обязательным. В январе 1995 г. московское правительство, например, опубликовало распоряжение, в котором впервые рекомендовало бизнес-план «в целях совершенствования методов расчета экономической эффективности проектных решений и коммерческой целесообразности вложений инвестиций в проектирование и строительство объектов и градостроительных комплексов».

Многие предприятия разрабатывают бизнес-планы по собственным методикам и рекомендациям, разрабатывают подробные перечни вопросов, на которые следует ответить в данном документе. Не только коммерческие банки, но и государственные организации требуют представления бизнес-плана от своих потенциальных помощников. Бизнес-план является рабочим

инструментом, используемым во всех сферах предпринимательства. Он описывает процесс функционирования предприятия. Показывает, каким образом его руководители собираются достичь поставленных целей и задач.

Хорошо разработанный бизнес-план помогает предприятию расти, завоевывать новые позиции на рынке, где оно функционирует, составлять перспективные планы своего развития, концепции производства новых товаров и услуг, и выбирать рациональные способы их реализации, то есть, в нем описываются основные аспекты будущего предприятия, с достаточной полнотой анализируются проблемы, с которыми оно столкнется и самыми современными методами определяются способы решения этих проблем.

Таким образом, бизнес-план – это одновременно поисковая, научно-исследовательская и проектная работа.

Главная цель бизнес-плана - обоснование коммерческой (предпринимательской) состоятельности управленческих решений, связанных с развитием или созданием предприятия. Последняя предполагает выполнение двух основополагающих требований:

- полное возмещение (окупаемость) вложенных средств;
- получение прибыли, размер которой оправдывает отказ от любого иного способа использования ресурсов (капитала) и компенсирует риск, возникающий в силу неопределенности конечного результата.

В современной экономической практике выделяется несколько функций бизнес-планирования:

Таблица 1. Основные функции бизнес-плана

Внутрифирменная деятельность	Внешние функции
Разработка стратегии (концепции) развития фирмы и конкретизация отдельных направлений ее деятельности	Привлечение для реализации проектов инвестиций
Разработка и осуществление проектов создания новой продукции (услуги)	Обоснование для включения проектов в государственные программы и получение средств из централизованных источников
Оценка внутреннего научного, технического, производственного и коммерческого потенциала фирмы и выявление резервов	Получение банковских кредитов
Подготовка и осуществление мероприятий по внедрению новых технологий и приобретению оборудования	Обеспечение успешной реализации акций фирмы на фондовом рынке
Подбор новых и переобучение собственных рабочих и специалистов	Организационно-финансовое обоснование необходимости создания совместных производств, предприятий с использованием иностранного капитала и других форм совместной деятельности.
Контроль за финансовыми результатами деятельности фирмы	Разработка и осуществление мероприятий по созданию финансово-промышленных групп
Мероприятия по снижению степени риска в деятельности фирмы	
Формирование благоприятного имиджа фирмы	
План мер предупреждения банкротства и выхода из кризисных ситуаций	
Подготовка и проведение собраний акционеров фирмы	

Существует восемь различных причин, которые определяют характер бизнес-планирования в зависимости от того, для кого оно предназначено (соответственно, все они преследуют различные цели):

1. Бизнес-план для себя. Это своего рода самоконтроль: что необходимо для открытия дела? Достаточно ли реалистична идея?

2. Бизнес-план для получения кредита. До недавнего времени российский предприниматель для получения кредита в банке представлял технико-экономическое обоснование, которое не являлось решающим для принятия банком или другой финансовой организацией решения о предоставлении кредита. Решающими были личные связи, рекомендации, а также осведомленность банкиров о состоянии дел кредитополучателя (как правило, предприниматели брали кредиты в банках, клиентами которых они были). Сейчас российские банки требуют от предпринимателей бизнес-план для окончательного решения о выдаче (или не выдаче) кредита.

3. Бизнес-план для привлечения средств сторонних инвесторов. Инвесторами выступают венчурные инвестиционные фонды, частные инвесторы или публичная эмиссия акций. Если привлечение средств осуществляется за счет публичной эмиссии акций фирмы, бизнес-план, содержащий сведения о фирме, о стратегии маркетинга, продаж, производства и о финансовых перспективах, поможет успешнее продать фирму инвесторам. По мере того, как российский фондовый рынок развивается и стабилизируется, бизнес-планы будут приобретать все большее значение для осуществления публичной эмиссии ценных бумаг.

4. Бизнес-план для совместного предприятия или стратегического альянса с иностранным партнером. Грамотный бизнес-план убедит иностранного партнера в серьезности вашего дела.

5. Бизнес-план для заключения крупного контракта.

6. Бизнес-план для привлечения новых сотрудников. Описание будущей деятельности фирмы дает потенциальному сотруднику информацию о перспективности и стабильности предлагаемой работы.

7. Бизнес-план для объединения с другой компанией. Помогает увидеть выгоду сделки: положительные и отрицательные стороны совместной деятельности.

8. Бизнес-план для реорганизации дела и оптимизирования операций. По мере того, как небольшие компании растут, появляется необходимость создания стратегической (или тактической - в зависимости от ситуации) концепции развития. Бизнес-план, в разработке которого принимают участие партнеры по бизнесу и ключевые сотрудники, поможет выработать эту концепцию и позволит партнерам более четко осознать цели и конкретные задачи, стоящие на пути реализации этой концепции.

Личное участие руководителя в составлении бизнес-плана очень важно, поэтому многие зарубежные банки и инвестиционные фирмы отказываются рассматривать заявки на выделение средств, если становится известно, что бизнес-план был подготовлен консультантом со стороны, а руководителем лишь подписан. Включаясь в работу лично, руководитель фирмы моделирует свою будущую деятельность, проверяя и сам замысел, и себя: хватит ли у него сил обеспечить успех проекту и двинуться дальше?

Следует отметить, что бизнес - план - документ перспективный и составлять его рекомендуется на 2-3 года, то есть именно на период реализации стратегического проекта. При этом для первого года основные показатели рекомендуется представлять в ежемесячной разбивке, для второго - в квартальной, и лишь начиная с третьего года можно ограничиваться годовыми показателями.

При оценке эффективности бизнес- планов различают:

- 1) коммерческую или финансовую эффективность;
- 2) бюджетную эффективность, которая отражает финансовые последствия реализации проекта с точки зрения его влияния на формирование федерального, регионального или местного бюджета;
- 3) социально- экономическую эффективность, оценивает затраты и результаты, связанные с реализацией проекта.

Следует различать две составляющих коммерческой состоятельности бизнес-плана, ее необходимое и достаточное условия, соответственно:

- экономическая эффективность инвестиций;

- финансовая состоятельность проекта;

Экономическая оценка (или оценка эффективности вложения капитала) направлена на определение потенциальной возможности обеспечить требуемый уровень прибыльности рассматриваемого проекта. При выполнении инвестиционного анализа задача оценки эффективности капиталовложений является главной, определяющей судьбу проекта в целом.

Финансовая оценка направлена на выбор схемы финансирования проекта и тем самым характеризует возможности по реализации имеющегося у проекта экономического потенциала. При выполнении оценки следует придерживаться экономического подхода и рассматривать только те выгоды и потери, которые могут быть измерены в денежном эквиваленте.

Основу экономико-математической модели бизнес-плана составляет ядро из обязательных блоков расчета: прибыли, потока денежных средств и финансового баланса. Параметры каждого из основных блоков, соответствующие каждому интервалу времени, определяются с учетом объема производства, инвестиционных вложений, а также структуры источников финансирования (рис.1.1.).



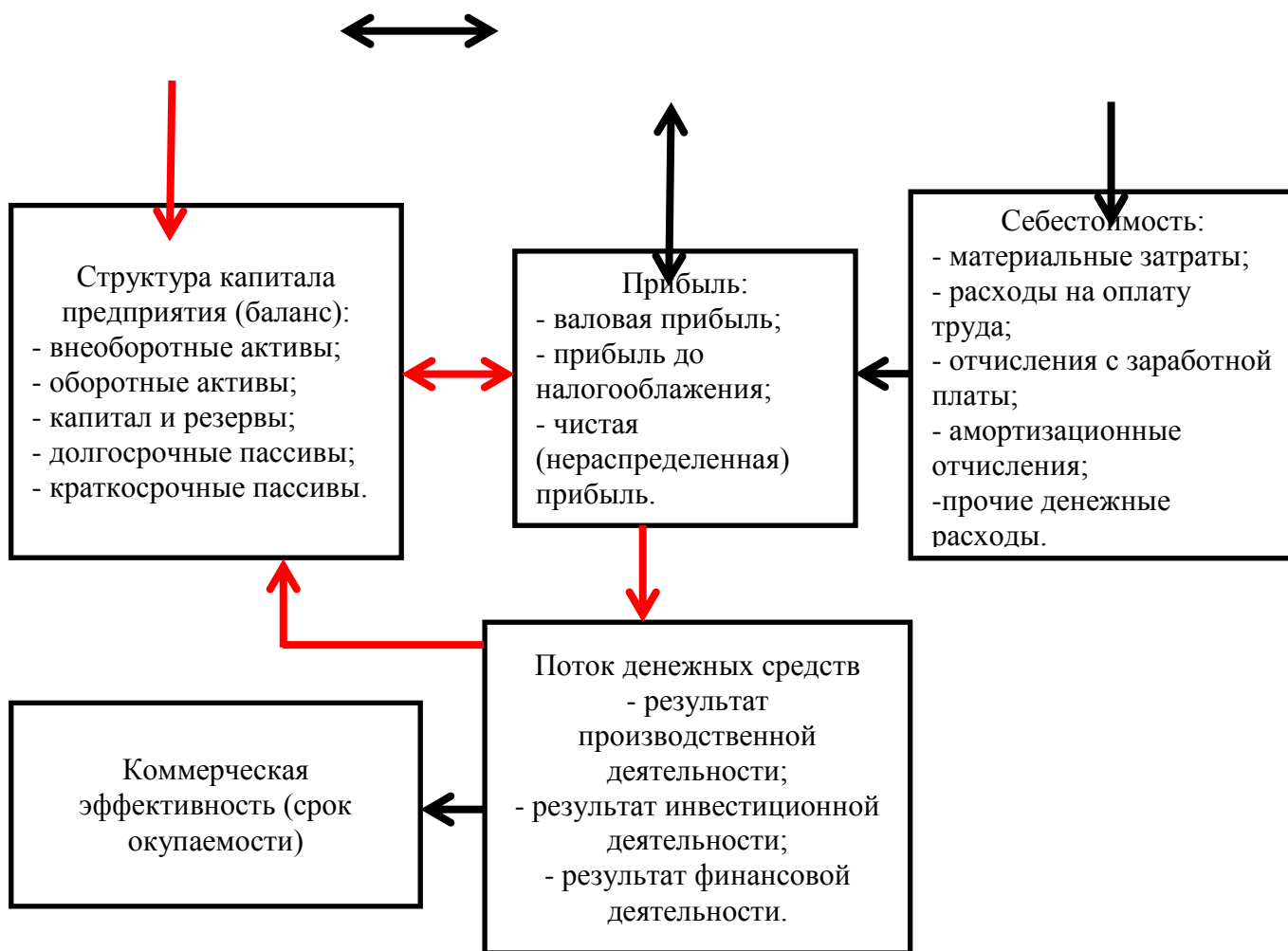


Рис. 1.1. Схема экономико-математической модели бизнес-плана

1.2. Рекомендации по разработке бизнес-плана

Состав бизнес-плана:

1. Резюме.
2. Описание вида деятельности, продукции (работы или услуги).
3. План маркетинга.
4. Производственный план.
5. Организационный план.
6. Финансовый план.
7. Анализ рисков.

8. Приложения.

Все разделы бизнес-плана должны корреспондироваться между собой. Разработка каждого последующего раздела может привести к корректировке предыдущих. Поэтому разрабатывается несколько вариантов бизнес-плана.

Следует отметить, что каждый руководитель должен составлять бизнес-план в зависимости от особенностей развития его фирмы и, исходя из личной оценки достаточности представляемого материала, чтобы убедить инвестора в целесообразности вложения денег именно в данный проект. Одно из главных требований составления бизнес-плана - это анализ сильных и слабых сторон бизнеса, который обеспечивает объективность аргументов проектировщика бизнес-плана.

1.3. Методики бизнес-планирования

В настоящее время в РФ известны следующие методики и стандарты по составлению инвестиционного бизнес-плана:

1. Методика Российского агентства по поддержке малого и среднего бизнеса
2. Методика консалтинговой компании «Про-Инвест-Консалт», отраженная в программе ProjectExpert.
3. Стандарты бизнес-плана Федерального фонда поддержки малого предпринимательства.
4. Методики компаний занимающихся разработкой бизнес-планов.

На разных предприятиях последовательность составления бизнес-плана неодинакова. Принципиальным является не знание какой-то мистической универсальной последовательности, а понимание того, что в ходе разработки неизбежно придется пройти все основные разделы бизнес-плана, и сделать это не один раз.

Это не значит, что в структуре бизнес-плана нет общей внутренней логики. Структура бизнес-плана представлена в виде трех блоков. Первый блок - это словесное описание проекта или того состояния бизнеса, которого хотелось бы достичь, с точки зрения всех компонентов менеджмента. Во второй и третий блоки выносятся те из разделов первого, которые поддаются количественному выражению - план административных мероприятий, направленных на достижение поставленных целей, и финансовый план.

Для разработки бизнес-плана используются методики или пособия, выбор которых для инициаторов проекта сейчас достаточно широк. Имеются различные типовые иностранные методики. Среди них наибольшую известность получили «Руководство по оценке эффективности инвестиций», подготовленное Организацией Объединенных Наций по промышленному развитию (методология UNIDO) и его компьютерный вариант COMFAR. При всем разнообразии методик в них соблюдаются определенные принципы построения бизнес-плана.

Выбор конкретной разновидности методики разработки бизнес-плана, глубина и временной горизонт его проработки, вариантность закладываемых в него решений, объем, наличие прилагаемых документов и справок зависят от различных факторов. Среди них можно отметить величину предполагаемых инвестиций по конкретному проекту и специфику потенциального инвестора. На какой разновидности методики остановить свой выбор не принципиально. Важно, чтобы разработанный документ содержал ряд обязательных разделов, в которых анализируются конкретные аспекты, исходная и итоговая информация (показатели) была достоверна, обоснованна и базировалась на документальных источниках и расчетах.

С учетом основных принципов, лежащих в основе разработки бизнес-планов в мировой практике, подготовлен ряд отечественных методик, а также методики с использованием специальных компьютерных программ (ProjectExpert, Альт-Инвест и др.).

Разделы бизнес-плана представленные ниже, в том или ином виде присутствуют во всех рассмотренных методиках. Исходя из данной предпосылки можно рекомендовать инвестируемому субъекту строить свой бизнес-план по блочному типу и, только при представлении материалов конкретному инвестору, формировать бизнес-план из заготовленных разделов под требуемую методику.

Выделим основу (ядро) всех вышеперечисленных методик составления бизнес-планов и проведем детальный анализ, какие из предложенных методов уже актуальны, а какие еще не работают в условиях рынка России. Именно таким ядром (основой) всех вышеперечисленных методик составления бизнес-планов являются следующие разделы органично связанные организационным планом (конкретной схемой реализации проекта), с соответствующим просчетом рисков:

- финансовый план;
- план маркетинга;
- план производства.

Именно эти основополагающие ключевые разделы и заложили фундамент российских стандартов формирования бизнес-планов.

В настоящее время и в России разработано множество методик и практических руководств по разработке бизнес-планов в соответствии с методическими рекомендациями UNIDO. Тем не менее, спрос на подобную литературу не высокий. Это связано с тем, что разработка бизнес-планов является занятием новым и при всей своей внешней схожести на техпромфинплан имеет серьезные отличия. Эта литература является, в основном, нужной и полезной, хотя и встречаются методики явно сырые, а некоторые с ошибками. Многие из них объединяет следующее:

- в основе методики лежит описание структуры бизнес-плана;
- в общих чертах говорится о том, как и что нужно написать в каждом разделе;
- приводятся примеры написания бизнес-плана;

- в приложении указывается структура затрат и приводятся нормативные акты.

В настоящее время руководителей, имеющих современные экономические знания, владеющих методикой разработки бизнес-планов, имеющих время и желание этим заниматься, явно не хватает. Работа над бизнес-планом требует от руководителя определенных усилий и времени. К тому же требования со стороны инвесторов различны. Наши коммерческие банки не имеют единой методики разработки бизнес-планов, поэтому почти каждый крупный банк старается разработать собственную методику, в которую закладывает свои требования. Некоторые банки считают необходимым вести расчеты финансового плана в двух денежных единицах, нет единого подхода к расчетам рисков и т.д. И если учесть, что эти методики, в основном, разработаны для служебного пользования, то можно представить сложности, с которыми сталкивается руководитель сам разработавший бизнес-план. Этому же способствует требование иностранных инвесторов представлять расчеты финансового плана с помощью лицензированных UNIDO пакетов - COMFAR и PROPSPIN. Поэтому использование указанных методик недостаточно для разработки бизнес-планов, удовлетворяющего требованиям инвесторов, и их можно рассматривать как предварительную проработку намерений и планов заемщика.

Практически все методики по оценке инвестиционных проектов, существующие в мире на сегодняшний день, основываются на методике разработанной UNIDO еще в 70-х годах. Эта методика обеспечивает сбор всей необходимой информации для осуществления прогноза движения денежных средств, и для оценки проекта с использованием количественных показателей.

ГЛАВА II. БИЗНЕС-ПЛАН ОТКРЫТИЯ СПОРТИВНОГО ПАРКА «JUMPUR» В ГОРОДЕ ЕКАТЕРИНБУРГЕ

2.1. Резюме

Настоящий бизнес-план – это описание коммерческого проекта по созданию спортивного комплекса - батутного парка.

Для создания бизнес-плана использовали информацию из открытых источников, опросы.

Организационно-правовая форма вновь открываемого предприятия: общество с ограниченной ответственностью (ООО).

Для планируемых размеров бизнеса наиболее предпочтительной ОПФ является общество с ограниченной ответственностью (ООО). Данный выбор обусловлен следующими факторами:

- Персонал малочисленный (18 человек);
- У ООО «JumpUp» 1 учредитель;
- Учредитель общества, в отличие от ИП (индивидуальный предприниматель), не рискует своим личным имуществом;
- Порядок регистрации ООО значительно проще, нежели другая организационная форма.

Учредитель бизнеса одновременно будет выступать работником организации, а именно директором.

Юридическое и торговое названия компании: «JumpUp».

Сфера деятельности: спортивный парк.

Географические аспекты – компания планирует вести свою деятельность на рынке г. Екатеринбурга.

Стратегический анализ рынка и отрасли показал, что на рынке сейчас присутствует 3 серьезных компании-конкурента - «Razgon», «Отрыв», «Выше только крыши».

Главная цель открываемого предприятия -
проникнуть на рынок города и завоевать позиции на нем,
привлечь и удержать максимальное число клиентов,
а в дальнейшем расширить рыночную долю.

Необходимый объем первоначальных инвестиций: 4471500 рублей.

Финансирование проекта осуществляет учредитель из собственных средств, не прибегая к заемным.

Финансовые показатели, характеризующие проект:

- Период окупаемости – 1 год и 9 месяцев;
- Чистая текущая стоимость равна 2338670,18 рублей;
- $IRR = 11,680\%$.

Внутренний коэффициент окупаемости равен 11,680%, что превышает эффективную барьерную ставку, следовательно, проект принимается.

Батутный парк «JumpUp» будет предоставлять 4 вида основных услуг:

1. Проведение индивидуальных тренировок. Лучший и самый быстрый способ поднять свой уровень акробатики до самого высокого уровня и выучить сложнейшие элементы. Тренировки проходят с инструктором, что помогает научиться трюкам под присмотром, с малой вероятностью травм.

2. Проведение групповых занятий (для детей и взрослых). Улучшение навыков в команде. Тренировки по всем основным дисциплинам для всех уровней подготовки. Соревнования между командами, выполнение квестов.

3. Свободные посещения (30 мин, 60 мин, 120 мин, безлимит на весь день). Парк открыт для всех желающих, не имеет значения кто будет посещать парк, новичок, профессионал или любитель.

4. Проведение мероприятий. Лучшие праздники - на площадке батутного парка. Профессиональные аниматоры, хорошее настроение, интересные программы для клиентов.

2.2. Анализ отрасли

Практически в каждом городе России есть спортивная Детская Юношеская Школа Олимпийского Резерва, в которой активно развиваются такие направления, как спортивная гимнастика и акробатика, предполагающие использование спортивных батутов. Такую школу могут посещать дети и подростки, но для интересующихся батутными прыжками путь туда закрыт либо возможен только в том случае, если будет достигнута неофициальная договоренность с тренером. Причина в том, что подобные школы носят некоммерческий характер. Да и состояние таких учреждений зачастую находится в плачевном виде, так как содержание осуществляется в основном за счет бюджетных средств.

Наличие батутного центра в городе позволяет оценить уровень посещаемости и то, как влияют на величину этого показателя реклама и территориальная расположенность. Кроме того, можно оценить удовлетворенность клиентов, уровень санитарной обстановки, обеспеченность элементарными средствами для создания комфортного пребывания посетителей, а также поддержку должного уровня технического состояния оборудования.

Правильная организация, щедрая и детальная лояльность к клиентам, хорошее соотношение месторасположения и стоимости арендной платы – гарантия успеха подобного бизнеса.

Анализ будущего рынка сбыта - это один из важнейших этапов подготовки бизнес-планов, и на такую работу нельзя жалеть ни средств, ни сил, ни времени. Опыт показывает, что неудача большинства провалившихся со временем коммерческих проектов, была связана именно со слабым изучением рынка и переоценкой его емкости.

Несмотря на то, что по числу граждан, занимающихся спортом, Россия значительно уступает США и европейским странам, темпы роста отечественного рынка батутных парков стремительны. Количество сторонников активного образа жизни в России с каждым годом увеличивается, а оборот российского рынка батутных парков растет на 40% в

год. Вести здоровый образ жизни стараются многие люди, наиболее популярным классом являются представители среднего класса. Именно они обеспечат в будущем основной прирост рынку, поскольку средний сегмент в настоящее время начал активно развиваться.

На рынке присутствуют как самостоятельные парки, так и сетевые. Сетевые участники рынка активно осваивают крупные города, в то время как в регионах развитие рынка спортивных парков идет достаточно медленно.

Активной группой посетителей являются дети 5-16 лет, но так же и более старшие группы. Поддержание хорошей физической формы и снижение веса - один из основных мотивов посещения батутного парка.

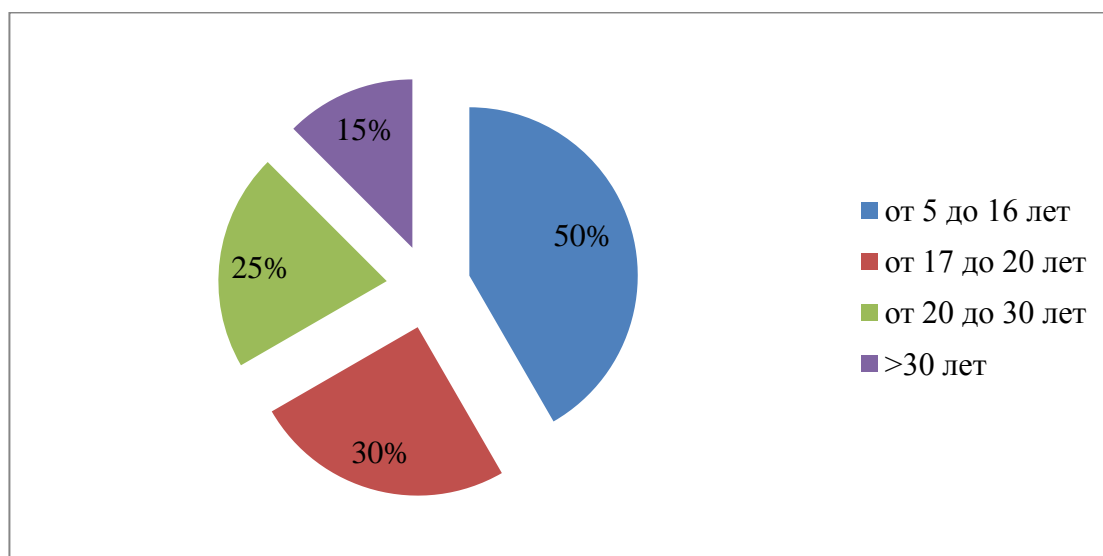


Рис. 2.1. Соотношение посетителей по возрасту

По данным справочников в городе функционирует 3 батутных парка («Razgon», «Отрыв», «Выше только крыши»).

Основным критерием лучшего парка на рынке является степень его известности, когда о нем говорят и рекомендуют знакомым.

«Razgon» является крупным парком, открылся уже достаточно давно, и имеют прочные позиции, что само говорит о наличии сильного конкурента.

Этот факт может сыграть вам на руку, ведь ваши конкуренты уже подогрели для вас аудиторию, рассказали людям о новом виде развлечений. Вам же в данном случае остается переманить клиентов за счет качества.

В России физкультура всегда была популярна среди широких слоев населения, однако в послеперестроечный период изменилось отношение к занятиям спортом. Бег в парке, занятия в спортивных секциях, тренажерные залы пока еще не растеряли своих поклонников, но все же будущее - не за ними, а за спортивно-оздоровительными центрами, предлагающими целый спектр услуг, связанный с ведением здорового образа жизни.

Несмотря на то, что российский рынок батутных парков, существенно уступает по объему предложения американскому и европейскому, темпы его роста стремительны. За минувший год он только в Екатеринбурге увеличился в полтора раза.

Но, несмотря на уже довольно внушительные размеры и высокие темпы роста, потенциал развития батутных парков в России все еще остается огромным. Что касается Екатеринбурга, то батутная индустрия в нашем регионе еще зарождается как таковая, поэтому аналитики говорят о хороших перспективах.

Если говорить о насыщенности рынка, то в крупных и развивающихся городах эти показатели значительно различаются. Это в основном обусловлено финансовой обеспеченностью горожан.

Основными мотивами посещения батутного парка являются: снижение веса и поддержание хорошей формы; получение удовольствия от общения с приятными людьми, от интересного и главное с пользой проведенного времени; снятие напряжения или стресса, расслабление после тяжелого дня, а так же развлечения.

2.3.Маркетинговый план

Батутный парк «JumpUp» предоставляет 4 вида основных услуг:

1.Проведение индивидуальных тренировок.

«Лучший и самый быстрый способ поднять свой уровень акробатики до самого высокого уровня и выучить сложнейшие элементы. Тренировки проходят с инструктором, что помогает научиться трюкам под присмотром, с малой вероятностью травм».

2.Проведение групповых занятий (для детей и взрослых).

«Улучшайте свои навыки в команде! Тренировки по всем основным дисциплинам для всех уровней подготовки. Соревнования между командами, выполнение квестов.».

3.Свободные посещения (30 мин, 60мин, 120мин, безлимит на весь день).

«Наш парк открыт для всех желающих! Вы - профессиональный спортсмен, который хочет разучить новый трюк? Или Вы ещё никогда в жизни не прыгали на батуте? Добро пожаловать! Всем батуты!»

4.Проведение мероприятий.

«Лучшие праздники - на нашей площадке! Будь то день рождения или программа командообразования для крупной компании. Профессиональные аниматоры, хорошее настроение, интересные программы ждут вас!».

Опираясь на мнение экспертов, можно сделать вывод, что в нынешних условиях в Екатеринбурге и услуга батутного парка должна быть направлена на потребителей среднего сегмента. И пока этот сегмент не будет достаточно заполнен, хотя бы 50-65%, основных усилий на развитие других сегментов лучше не направлять. Хотя мое мнение, что в сложившейся ситуации развитие среднего сегмента и стимулирование спроса в этом сегменте может быть оправдано.

Таким образом можно выделить новые перспективные сегменты.

Прыжки на батуте для детей: этот сегмент будет являться средним, т.к не все родители могут себе позволить платить большие деньги за занятие спортом их чада. Необходимо разработать комплекс занятий и упражнений для детей. Также есть вероятность, что родители тоже захотят попробовать

или же кто занимается, приведут своего ребенка. А сами дети разнесут информацию в учебных заведениях. Так же во время проведения праздников, дней рождений, дети будут приводить своих друзей в парк. В целом через детей будет работать «сарафанное радио».

Контексты: мероприятия направленные на популяризацию того или иного вида спорта. Это почти день открытых дверей. Приглашать всех желающих посмотреть и при желании попробовать занятия прыжками на батутах. Соответственно это даст возможность потенциальным клиентам оценить профессионализм тренеров, качество инвентаря, и вообще познакомиться с тем, что такое батутный парк и что он дает.

Индивидуальный подход к каждому - что тоже можно выделить как сегмент. Помимо групповых занятий, у желающих есть возможность индивидуальной работы с тренером.

Стратегия дифференциации требует, чтобы парк был уникальным для клиента. Это может быть технологическое совершенство, внешний вид, постпродажный сервис. Существование такого парка основано на предположении, что клиенты готовы платить высокую цену за уникальность парка.

Сделать так, чтобы клиент пришел именно к вам, можно посредством:

- рекламы в интернете и печатных изданиях (газетах, журналах);
- распространения рекламных листовок и скидочных купонов;
- размещения наружной рекламы в проходимых местах (автомагистраль, пешеходная зона и т. д.); льготных тарифов в дневное время; проведения детских дней рождений или спортивных праздников.

С целевой аудиторией, думаю, мы разобрались. Основным потоком посетителей будут дети 6-14 лет. Теперь стоит определиться с ценами на услуги.

Цены на услуги парка:

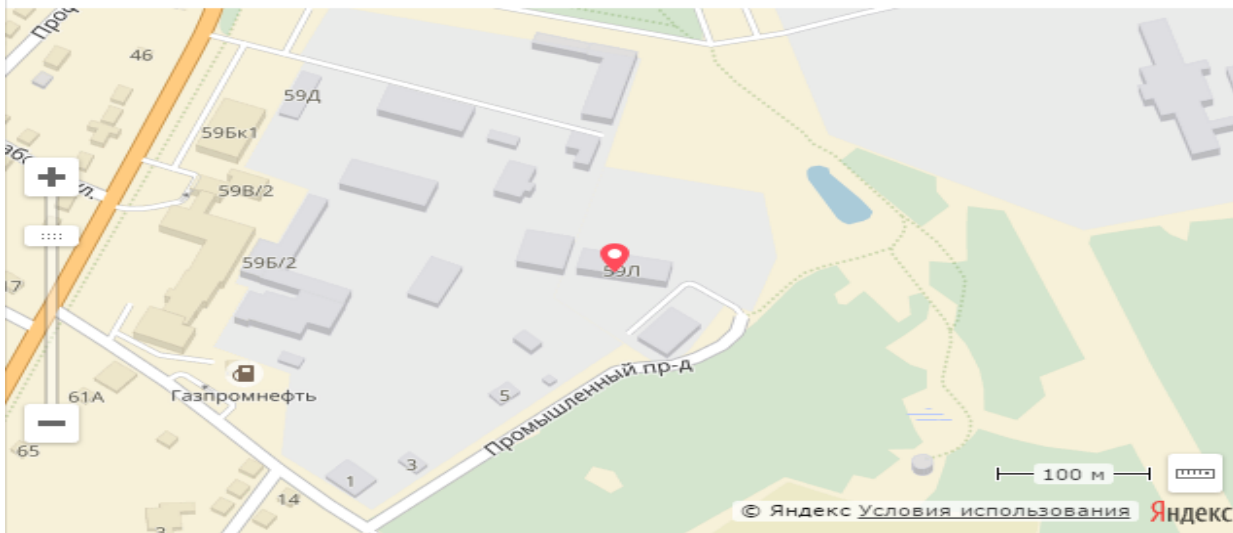
- разовое посещение на 30 минут – стоимость 200 рублей будни, 300 выходные дни;

- разовое посещение на 60 минут – 300 рублей будни, 400 рублей выходные дни;
- разовое посещение на 120 минут - 500 рублей будни, 600 рублей выходные;
- безлимитное посещение 800 рублей будни, 1000 выходные;
- индивидуальная тренировка с инструктором 1000 рублей будни, 1500 выходные дни;
- проведение дня рождения 600 рублей с человека в будни, 700 в выходные дни (+150 рублей с человека если посетители хотят получить подарки от парка дополнительно);
- корпоратив от 20 человек- 20000 рублей за 2 часа в закрытом парке без посторонних посетителей (+500 рублей за человека сверх 20 человек).

2.4. Производственный план

Бизнес-план батутного парка предполагает осуществление деятельности в арендованном помещении. Бизнес план заключается в открытии батутного парка, высота потолков должна быть не ниже 6 метров. Поэтому лучшим решением этой проблемы, будет аренда склада, либо аренда площади в торговом центре. Поищем подходящее помещение по объявлениям. Нашли. Его площадь составляет 411 кв.м. Ежемесячная оплата за аренду помещения составляет 166 000 руб., с учетом оплаты коммунальных услуг (рис. 2.2 и 2.2а).

Адрес: Екатеринбург, Верхняя Пышма, Петрова 59Л Скрыть карту



Аренда нового склада класса "В" площадью 411 м2 на территории охраняемого складского комплекса по адресу: В.Пышма, ул.Петрова, 59л (за автосалонами). Оборудован отдельными подъемными воротами и уравнительными платформами - 2 шт. Склад отапливаемый. Высота складирования до 9 м (можем поставить свои стеллажи под Вас), антипылевое покрытие на полу. Нагрузка на пол до 5т.кв.м. Внутри склада располагаются помещения для персонала. В этом же здании с отдельного входа есть офисные помещения. Система пожаротушения здания – противопожарные краны. Система охранной и пожарной сигнализации склада и офисов с выводом на пульт радио-охраны и охраны базы, система контроля доступа, круглосуточное видеонаблюдение на территории комплекса. Радиоохрана, телефония и интернет по отдельным договорам с предоставляющими эти услуги компаниями. Сети связи в здании подготовлены для эксплуатации. Удобные подъездные пути. В цену включены коммунальные платежи и эксплуатационные расходы за исключением электроэнергии. Без комиссий!

Рис. 2.2. Объявление с сайта avito.ru.

★ Современный склад,ку входят

№ 1027410810, размещено 22 мая в 09:49 35 (+2)

160 000 ₽/мес.

Залог 160 000 ₽

Купить в кредит



Показать телефон
8 953 xxx-xx-xx

Написать
Нажмите, чтобы перейти в профиль.

Агентство

Андрей

Подтвержден

На Avito с декабря 2012

Контактное лицо

Андрей

Адрес

Свердловская область, Екатеринбург,
Верхняя Пышма, Петрова 59Л

Объявление закрыто Google

Рис. 2.3. Объявление с сайта avito.ru.

Оборудование для батутного парка «JumpUp» включает в себя зону батутов, надувную подушку, скалодром, кассовую зону.

Затраты на оборудование приведены в таблице 2.1.

В арендуемом помещении уже имеется отопление, пожарная система безопасности, запасные выходы, охрана помещения, поэтому в основном затраты будут производиться только на оборудование и отделку помещения.

Таблица 2. Затраты на оборудование для батутного парка «JumpUp»

Оборудование	Цена, руб.	Количество	Итого, руб.
Студийные колонки	4000	4	16000
Мягкие пуфики	500	15	7500
Стойка администратора	8000	1	8000
Стулья	1500	4	6000
Телевизоры	10000	4	40000
Кассовый аппарат	10000	2	20000
Принтер	3000	1	3000
Кулер	2000	2	4000

Продолжение таблицы 2.

Холодильник	15000	1	15000
Компьютер	7000	1	7000
Шкафы для раздевалок	300	100	30000
Батуты 3х4 спортивные	237000	6	1422000
Батуты 3х4 любительские	183000	4	732000
Батуты 2х2 арена	73000	16	1168000
Батуты наклонные арена	81000	4	324000
Скалодром	20000	1	20000
Надувная подушка	68000	1	68000
Итого			3890500 руб.

Таким образом, для открытия батутного парка «JumpUp» потребуется приобрести оборудование на сумму 3890500 рублей.

2.5. Организационный план

Деятельность батутного парка осуществляет индивидуальный предприниматель. Количество работающих планируется в размере 18 человек: директор, старший администратор, 2 администратора кассира, 8 инструкторов, 4 аниматора, арт-директор, dj-ведущий.

Планируемая организационно-правовая форма предпринимательской деятельности - Общество с ограниченной ответственностью. Выбор данной организационно-правовой формы обусловлен следующими ее преимуществами:

- возможность расширения бизнеса, привлечения инвестиций;
- ограниченный размер предпринимательского риска;
- возможность вести предпринимательскую деятельность не от собственного лица, а опосредованно, через созданное юридическое лицо;
- учредители «ООО» не несут ответственности при банкротстве, их

риск состоит в потере первоначальных вложений в пределах доли в уставном капитале; ничто не грозит и их личному имуществу;

- возможность расширения бизнеса, привлечения инвестиций.

Для того, чтобы легально заниматься предпринимательской деятельностью на территории Российской Федерации, необходимо пройти процедуру государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.

«ООО» имеет следующие преимущества по сравнению с регистрацией ИП:

- индивидуальный предприниматель несет ответственность личным имуществом при банкротстве;
- общество с ограниченной ответственностью может регистрироваться по месту нахождения, по юридическому адресу;
- недостатком ИП является отсутствие анонимности в осуществлении бизнеса;
- постановка на учет в налоговых органах для ИП возможна только по месту регистрации, даже если его деятельность осуществляется в другом регионе;
- наименование ИП с фамилией владельца может негативно отразиться на имидже компании;
- продажа долей в ООО - несложная юридическая процедура.

Документы для регистрации (открытия) «ООО»:

- копии паспортов учредителей-физических лиц и (или) сведения об учредителях-юридических лицах (наименование, место нахождения, ОГРН, ИНН, ОКПО);
- сведения об адресе места нахождения регистрируемого юридического лица (если имеется);
- сведения о наименовании;
- сведения об основных видах деятельности;

- сведения о размере и способе формирования уставного капитала;
- 50% от стоимости услуг по регистрации.

Пошлина за государственную регистрацию юридического лица - 4 000 рублей.

Пошлина за копии учредительных документов - 800 рублей за 1 копию.

Нотариальные услуги составляют 200-2400 рублей.

Некоторые банки берут комиссию за открытие расчетного счета - размер устанавливается самим банком.

Для оказания услуг, которые будет предоставлять батутный центр, необходимы следующие сотрудники:

- инструкторы;
- аниматоры;
- бухгалтер;
- администраторы кассиры;
- уборщицы.

Обязанности инструктора:

- организует набор в группы;
- изучает «историю здоровья» клиента (общее физическое состояние);
- производит замеры веса, давления, параметров работы сердца;
- предлагает клиенту продемонстрировать свои способности, чтобы оценить навык;
- производит расчеты, необходимые для выбора оптимальных форм и видов занятий, типов нагрузок (силовой, локальной, динамической, статической);
- комплектует группы занимающихся, контролирует количественный и качественный состав групп;
- проводит комплекс практических мероприятий и теоретических занятий по обеспечению техники безопасности занимающихся;

- составляет план занятий и разрабатывает наиболее эффективные методики проведения тренировок;

- разрабатывает программы безопасных и эффективных разминок.

- Доводит до сведения занимающихся основные цели тренировки.

Обязанности персонального инструктора:

- проводить вводные инструктажи и персональные занятия с постоянными членами и гостями батутного парка;

- проводить инструктаж в строгом соответствии с форматом, одобренным администрацией клуба;

- профессионально консультировать клиентов по вопросам прыжков на батуте;

- контролировать соблюдение чистоты и порядка в парке в целом;

- координировать взаимодействие посетителей батутного парка и сотрудников;

- привлекать клиентов на персональные занятия, проводить персональные тренировки;

- контролировать соблюдение клиентами клуба общих правил посещения клуба;

- в случае необходимости принять меры к оказанию первой доврачебной помощи;

- осуществлять инвентаризацию спортивного оборудования в парке;

- вести табель учета рабочего времени;

- рекламировать внутренние услуги парка.

Требования к должности инструктор:

- клиентоориентированность, мобильность, коммуникативные навыки работы с гостями парка и коллегами в компании, организованность, пунктуальность, дисциплинированность, обязательность;

- активная жизненная позиция, креативное мышление

приветствуется;

- преимуществом при трудоустройстве будет опыт работы в батутном парке от 6 месяцев;
- выполнение базы акробатических элементов на батуте (сальто вперед, сальто назад, прямые уверенные прыжки в центре батута, акробатические комбинации, прыжки на спине и walltrump);
- спортивные разряды по спортивной гимнастике или акробатике.

Обязанности бухгалтера:

- выполняет работу по ведению бухгалтерского учета имущества, обязательств и хозяйственных;
- участвует в разработке и осуществлении мероприятий, направленных на соблюдение финансовой дисциплины и рациональное использование ресурсов;
- осуществляет прием и контроль первичной документации по соответствующим участкам бухгалтерского учета и подготавливает их к счетной обработке;
- отражает на счетах бухгалтерского учета операции, связанные с движением основных средств, товарно-материальных ценностей и денежных средств;
- составляет отчетные калькуляции себестоимости продукции (работ, услуг), выявляет источники образования потерь и непроизводительных расходов, подготавливает предложения по их предупреждению;
- участвует в проведении экономического анализа хозяйственно-финансовой деятельности организации по данным бухгалтерского учета и отчетности в целях выявления внутрихозяйственных резервов, осуществления режима экономии и мероприятий по совершенствованию документооборота.

Требования к должности бухгалтер:

- среднее профессиональное (экономическое) образование без предъявления требований к стажу работы или специальная подготовка по установленной программе;

- стаж работы по учету и контролю не менее 3 лет.

Обязанности аниматора:

- проведение мероприятий;
- развлечение самых маленьких посетителей парка;
- подготовка к проведению праздников;
- участие в шоу-постановках и праздниках (иногда в промо-акциях);
- проведение тематических и развивающих игр и квестов с детьми и взрослыми;
- написание сценариев игр и конкурсов.

Главные требования к аниматору:

- артистизм (опыт работы, как правило, требуется всегда);
- вокальные и танцевальные навыки;
- коммуникабельность и грамотная речь;
- наличие медицинской книжки.

Дополнительные требования к аниматору:

- знание аквагрима;
- навыки моделирования воздушных шаров;
- наличие собственных костюмов;
- опыт работы с детьми от 1 года.

Обязанности Dj-ведущего;

- оказывать музыкальное сопровождение в парке;
- оглашать в микрофон участников и победителей конкурсов, дней рождений, праздников.

Обязанности арт-директора:

- подбор декораций, костюмов;

- помощь в проектировании флаеров, рекламных баннеров.

Обязанности администратора-кассира:

- ознакомление с прайсом и услугами парка;
- продажа билетов;
- регулировка ухода-прихода сотрудников.

В таблице 3 приведено штатное расписание батутного центра.

Таблица 3. Штатное расписание батутного центра «JumpUp»

Наименование должности	Количество штатных единиц	Должностной оклад, руб.	ФОТ, руб.
Администратор-кассир	2	15000	30000
Инструктор	4	14000	56000
Персональный инструктор	4	17000	68000
Директор	1	20000	20000
Арт-директор	1	12000	12000
Аниматор	4	14000	56000
Dj-ведущий	1	14000	14000
Старший администратор	1	17000	17000
Итого	18		273000

Таким образом ФОТ на общий штат сотрудников в год составит 273000 руб. в год.

2.6. Финансовый план

Финансовый план содержит прогноз финансовых результатов (расчет доходов и затрат), расчет безубыточности и срока окупаемости.

Клиентами батутного парка могут стать все жители города из категории экономически-активного населения в возрасте от 2 (в сопровождении взрослых) до 35 лет. Численность населения Екатеринбурга составляет, по последним данным, 1490000 чел., на долю экономически-активного приходится 51%, в возрасте до 35 лет - 418385 чел.

В среднем, люди обращаются в такие парки 2 раза в год (кто-то чаще, кто-то реже), следовательно, потенциальное число обращений за год – 836770.

Средняя стоимость услуги – 800 рублей. Получаем 669416000 рублей самой максимально-возможной прибыли. Однако данная ситуация возможна только в том случае, если ООО «JumpUp» монополизировало рынок, но товар не уникален, а конкуренция на рынке высока, поэтому это невозможно.

Реальный прогноз – 2% от 13388320 рублей в год на первоначальном этапе деятельности (опираясь на опыт и знания этой области учредителя).

На второй год деятельности реальный прогноз – 3,5%, то есть 23429560 рублей.

На третий год - 5%, то есть 33470800 рублей.

Сегментируем целевую аудиторию, опираясь на данные проведенного во 2-й главе опроса. Объединив все данные, мы получили 3 портрета клиента:

- 48% всех клиентов – молодые люди, в возрасте от 18 до 24 лет, в основном студенты. Посещают подобного рода развлекательные парки очень часто в силу того, что они более подвержены переменам, легки на подъем, часто увлекаются чем-то новым;

- 34% всех клиентов молодые семьи, с ребенком, в возрасте от 24 до 32 лет. Обращаются в батутный парк не чаще 1 раза в 3-5 месяцев, для празднования дня рождения ребенка или просто в качестве варианта семейного отдыха;

- 18% всех клиентов состоятельные люди, бизнесмены, которые находятся в поиске новых вариантов развлечений для себя и своих близких, это могут быть как местные жители, так и гости Екатеринбурга, а также приезжающие специалисты в командировку, для которых работодатель может организовать мероприятие в батутном парке. Возраст клиентов от 27 лет и старше. Такие клиенты обращаются 1-3 раза в месяц.

В таблице 4 структурируем варианты предложений для целевой аудитории, способы донесения для них рекламных сообщений, каналы привлечения и т.д.

Таблица 4. Сегментирование потенциальных клиентов батутного парка «JumpUp»

Группы ЦА	Маркетинговые предложения	Канал информирования	Бонусные программы и скидки
1 группа	1. Скидка на услуги за репост рекламы в социальных сетях; 2. Партнерские отношения с кафе, листовки на скидку в батутный парк и чашка кофе бесплатно, то есть взаимовыгодный обмен рекламой.	1. Реклама в социальных сетях; 2. Контекстная реклама в интернете; 3. «Сарафанное радио»; 4. Печатная реклама в вузах и студенческих кафе города; 5. Реклама в общественном транспорте.	1. Каждое пятое посещение – бесплатно.
2 группа	1. Партнерские отношения с кафе, спортивными клубами, вузами, то есть взаимовыгодный обмен рекламой.	1. Реклама в различных компаниях города; 2. Контекстная реклама в интернете; 3. «Сарафанное радио»; 4. Реклама в общественном транспорте.	1. 5% скидка на услуги молодым семьям с детьми (2 ребенка и более); 2. Скидка в 10% на дальнейшие посещения.
3 группа	1. Партнерские отношения с предприятиями города.	1. Реклама в социальных сетях; 2. Контекстная реклама в интернете; 3. «Сарафанное радио»; 4. Печатная реклама в дорогих журналах; 5. Партнерские отношения с бизнесменами города.	1. 5% скидка на услуги за каждое последующее обращение; 2. VIP карты на обслуживание вне очереди, в отдельном помещении.

Проведенное сегментирование клиентов позволяет грамотно выстроить работу с ЦА, направленную на получение максимального результата, на завоевание своей доли рынка, для развития конкурентных преимуществ.

Затраты на создание предприятия приведены в таблице 5.

Таблица 5. Затраты на создание батутного парка «JumpUp»

Статья затрат	Стоимость
Рекламная кампания (создание и продвижение)	74000
Ремонт помещения (определен автором исходя из личного опыта работы в выбранной сфере, поиск вариантов, которые бы подходили под эти параметры)	68000
Покупка мебели, оборудования (общая стоимость, однако следует понимать, что на первоначальном этапе следует покупать только самый необходимый набор)	3890500
Аренда помещения (за 1 месяц)	166000
Выплата заработной платы (за 1 месяц)	273000
Итого	4471500

Наиболее успешный вариант деятельности – продажа комплексных программ, которые бы включали различные занятия, но стоил комплекс бы значительно дешевле, нежели покупать разовые занятия. Курс занятий от 1 месяца до 3-х. Стоимость от 8000 руб. до 24000 руб. Согласно данным крупных спортивных центров, на первоначальном этапе деятельности уровень посещаемости составляет 20-28 человек в месяц. Каждый месяц клиентопоток центра увеличивается на 7-9 человек.

Посчитаем возможные объемы продаж (таблица 6). Возьмем за основу минимальные значения (1 месяц за 8000 руб., 20 человек, прибавление – 7 человек ежемесячно).

Таблица 6. Ежеквартальный прогноз объемов продаж батутного парка «JumpUp»

Временной период	Прогноз объемов продаж, руб.
1-й квартал	480000
2-ой квартал	984000
3-й квартал	1488000
4-ый квартал	1992000

Финансовый план предприятия батутного парка «JumpUp» будет содержать информацию о прибылях и убытках (таблица 7). План содержит прогноз прибыли и убытков на ближайший год.

Таблица 7. Отчет о прибылях и убытках батутного парка «JumpUp», руб.

Статья	Прогноз объемов продаж				
	1-ый кв.	2-ой кв.	3-ий кв.	4-ый кв.	2-ой год
Выручка от предоставления услуг	480000	984000	1488000	1992000	5344000
Переменные затраты (ремонт, материалы, покупка оборудования и ремонт оборудования и т.д.)	114000	172000	196000	202000	658230
Постоянные затраты (аренда, заработная плата, коммунальные платежи и т.д.)	513000	513000	513000	513000	513000
Прибыль до налогообложения	-33000	471000	975000	1479000	4831000
Налог на прибыль (20%)	-	94200	195000	295800	96620
Чистая прибыль	-	376800	780000	1183200	3864800

Согласно данным, представленным в таблице, проект батутного парка выйдет на прибыль, достигнет точки безубыточности, к концу третьего квартала.

Расчёт коэффициентов финансовой оценки производится из расчета за 12 месяцев работы предприятия.

$$\begin{aligned} \text{Рентабельность продаж} &= (\text{Чистая прибыль} / \text{прибыль}) * 100\% = \\ &= 2340000 / 2925000 = 80\% \text{ (если в \% , то умножаем на 100\%)} \end{aligned}$$

Время окупаемости проекта = Стоимость проекта/Чистая прибыль за 1 год = $4471500/2340000$ = приблизительно за 1 год и 9 месяцев проект окупится.

Чистая приведенная стоимость - NPV рассчитывается с использованием прогнозируемых денежных потоков, связанных с планируемыми инвестициями, по следующей формуле:

$$NPV = \sum_{i=1}^N \frac{NCF_i}{(1+r)^i} - Inv$$

где NCF_i - чистый денежный поток для i -го периода,

Inv - начальные инвестиции

r - ставка дисконтирования.

При положительном значении NPV считается, что вложение капитала эффективно.

Произведем расчеты. Используем метод последовательного приближения. Рассчитаем сначала при ставке дисконта равной 15%:

$$PV1 = 4471500 \text{ руб.} / (1 + 0,15) = 3887826,09 \text{ руб.}$$

$$PV2 = 3864800 \text{ руб.} / (1 + 0,15)^2 = 2922344,05 \text{ руб.}$$

$$NPV_a = (3887826,09 \text{ руб.} + 2922344,05 \text{ руб.}) - 4471500 \text{ руб.} = 2338670,18 \text{ руб.}$$

Таким образом, чистая текущая стоимость равна 2338670,18 рублей.

Рассчитаем сначала при ставке дисконта равной 20%:

$$PV1 = 4471500 \text{ руб.} / (1 + 0,20) = 3725833,3 \text{ руб.}$$

$$PV2 = 3864800 \text{ руб.} / (1 + 0,20)^2 = 2683888,89 \text{ руб.}$$

$$NPV_b = (3725833,3 \text{ руб.} + 2683888,89 \text{ руб.}) - 4471500 \text{ руб.} = 1938222,19 \text{ руб.}$$

Таким образом, чистая текущая стоимость равна 1938222,19 рублей.

Делаем предположение, что на участке от точки А до точки Б функция NPV(r) прямолинейна, и используем формулу для аппроксимации на участке прямой:

$$IRR = r_a + (r_b - r_a) * NPV_a / (NPV_a - NPV_b) = 15\% + (20\% - 15\%) * 2338670,18 \text{ руб.} / (2338670,18 \text{ руб.} - 1938222,19 \text{ руб.}) = 467734,036 / 400447,99 = 11,680\%$$

Внутренний коэффициент окупаемости равен 11,680%, что превышает эффективную барьерную ставку, следовательно, проект принимается.

Разработка перечня мероприятий проводится на основе маркетингового, производственного, организационного и финансового планирования с учетом результатов стратегического анализа. В таблице 2.5 по форме диаграммы Ганта последовательно перечисляются необходимые для реализации бизнес-плана мероприятия, с указанием сроков их исполнения.

Таблица 8.План-график мероприятий для запуска проекта батутного парка «JumpUp»

Мероприятие	Июль					Август			Сентябрь	
	1	10	17	22	29	1	26	30	3	4
Анализ рынка Екатеринбурга										
Регистрация юридического лица										
Закупка оборудования и мебели										
Поиска помещения и договор аренды										
Ремонт помещения										
Совместно с привлеченными специалистами в сфере маркетинга разработать маркетинговую политику продвижения услуг компании на рынке										
Совместно с привлеченными специалистами в сфере SEO, разработать политику продвижения компании в интернете										
Разработка системы скидок и бонусов для постоянных клиентов										
Разработка новых уникальных программ и сценариев праздников, которые бы отличали компанию от конкурентов										
Поиск персонала										
Разработка системы мотивации персонала										
Прием посетителей (информирование, запись в группы)										
Запуск рекламной кампании										
Запуск бизнеса										
Первое занятие										

Таким образом, старт проекта приходится на 3 сентября 2017, а первое занятие для обучающихся назначено на 4 сентября 2017 г.

2.7. Оценка рисков

Оценка рисков выполняется в соответствии с основными положениями стандарта FERMA, описанными в курсе лекций «Введение в риск-менеджмент».

Ввиду отсутствия статистической информации о деятельности предприятия применяется экспертный метод расчета рисков с определением качественных значений вероятности и последствий каждого из рисков с использованием матрицы 3х3, где:

1 – низкая вероятность менее 5%, незначительный ущерб до 100 тыс. руб. от выручки;

2 – средняя вероятность на уровне до 25% и средний ущерб до 1 млн. руб. от выручки, существенный для организации, но не приводящий к банкротству;

3 – высокая вероятность более 25% и ущерб более 1 млн. руб. от выручки, который может привести к банкротству бизнеса (таблица 9).

Таблица 9. Измерение вероятности/последствия события

Оценка вероятности	Описание значения
Высокая	Вероятность наступления – каждый год, или вероятность наступления события больше, чем 25%
Средняя	Существует вероятность наступления события в течение 10 лет, или вероятность наступления меньше, чем 25%
Низкая	Практически отсутствует вероятность наступления события в течение 10 лет, или вероятность наступления меньше, чем 2%
Оценка влияние последствий	Описание значения
Высокий	Финансовые последствия не превысят 2 млрд. руб. Существенное влияние на стратегическое развитие и деятельность организации Существенная обеспокоенность заинтересованных лиц

Средний	Финансовые последствия находятся в пределах 0,2 и 2 млрд. руб. Умеренное влияние на стратегическое развитие и деятельность организации Умеренная обеспокоенность заинтересованных лиц
Низкий	Финансовые последствия ниже 0,2 млрд. руб. Слабое влияние на стратегическое развитие и деятельность организации Слабая обеспокоенность заинтересованных лиц

Приемлемость рисков оценивается автором до уровня «средняя вероятность – средний ущерб». Все риски, лежащие на этом уровне и выше, располагаются за границей линии толерантности и требуют управления рисками.

Наглядное графическое представление распределения рисков показывается на карте рисков (рисунок 2.4). Рассмотрим риски.

1. Риск остановки деятельности предприятия по причине форс-мажора (например, пожар, что повлечет издержки, ведь нужно будет возмещать стоимость испорченного оборудования арендодателю, заново покупать оборудование, материалы и т.д, могут пострадать дети и взрослые, то есть посетители парка).

Вероятность - низкая.

Влияние последствий наступления риска – высокое.

Управление риском. Для снижения указанного риска необходим тотальный контроль за соблюдением все предписывающих норм надзорных органов. Штрафование сотрудников при уличении их в нарушении. Своевременное прохождение все проверок пожарной безопасности, инструктаж сотрудников. Застраховать имущество. При заключении договора аренды, отдельным пунктом прописать, что батутный парк не несет материальной ответственности, если форс-мажор произошел не по вине сотрудников «JumpUp».

2. Некомпетентность персонала.

Вероятность - средняя.

Влияние последствий наступления риска – высокое.

Управление риском. Подбор персонала осуществлять при помощи кадрового агентства. Заключить договор с агентством, в котором четко будут прописаны все штрафные санкции на тот случай, если опыт работы, уровень образования сотрудника окажутся ниже заявленных и обозначенных. Тщательный контроль за деятельностью персонала со стороны директора. Собеседование с каждым сотрудником при приеме на работу.

3. Риск более позднего открытия батутного парка по причине срыва сроков его обустройства и ремонта.

Вероятность - средняя.

Влияние последствий наступления риска – среднее. Ремонт помещения будет производить строительная бригада, которую нанял учредитель, с бригадой заключен договор, в котором четко прописаны сроки, в которые должен быть завершен ремонт. Срыв сроков завершения обустройства приведет к удорожанию всего проекта за счет дополнительных процентных издержек.

Управление риском. Для минимизации риска договор на ремонт помещения заключен только с одним генеральным подрядчиком, имеющим опыт аналогичных работ. Договор с ним предусматривает снижение общей стоимости выполняемой работы в случае нарушения сроков выполнения.

4. Низкая эффективность маркетинговых мероприятий.

Вероятность - низкая.

Влияние последствий наступления риска – среднее. Открытие батутного парка такого масштаба в любом случае привлечет внимание, как минимум, местных жителей. Спрос на подобного рода услуги растет с каждым годом, о чем свидетельствуют данные стратегического анализа.

Управление риском. Для минимизации риска маркетинговую кампанию будет разрабатывать привлеченный специалист, с которым заключен договор, гарантирующий эффективность разработанных мероприятий.

--	--	--	--

Вероятность наступления риска	Линия толерантности		
Низкая		4	1
Средняя		3	2
Высокая			
Ущерб от наступления риска	Незначительный	Средний	Критический

Рисунок 2.4. Карта рисков для батутного парка «JumpUp»

Как видно, все обозначенные в данном разделе риски находятся выше линии толерантности и подлежат особому контролю со стороны менеджмента батутного центра. Необходимо обратить внимание на «2», так как его влияние на бизнес самое существенное.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе составления дипломной работы была изучена техника написания бизнес-плана. Он состоит из плана производства, организационного плана, маркетингового плана, финансового плана. В плане производства рассматривается все, что касается производства на предприятии (в данном проекте - реализация услуг), объемов производства, подсчета выручки предприятия. В маркетинговом плане описывается конкурентная среда на выбранном рынке, маркетинговые мероприятия, связанные с рекламой, цены на услуги. В организационном плане - организационно-правовая форма предприятия, структура управления предприятием, заработная плата персонала.

Основным пунктом бизнес плана является финансовый план, в котором идет определение прибыли, анализ эффективности проекта, а также рассматриваются возможные риски проекта.

Каждая фирма, начиная свою деятельность, должна ясно представлять потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также должна рассчитывать эффективность использования ресурсов в процессе работы фирмы.

Важной задачей фирмы является проблема привлечения инвестиций, в том числе и зарубежных, в действующие и развивающиеся предприятия. Для этого фирме необходимо аргументировать и обосновать свои проекты (предложения), требующие инвестиций. Для этих и некоторых других целей применяется бизнес-планирование.

Основной целью бизнес-планирования является планирование хозяйственной деятельности фирмы на ближайший, и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов..

Еще десять лет назад в России никто не рассматривал прыжки на батутах как выгодный бизнес. Спрос на "здоровый образ жизни" создает

благоприятные условия для развития батутной индустрии, которая представлена на российском рынке различными направлениями.

Батутная индустрия во всем мире является не только полезной, но и весьма прибыльной сферой.

В данном дипломе представлен бизнес-план по открытию нового предприятия – спортивного парка «JumpUp». Мы рассмотрели все основные части бизнес-планирования: организационный план, план маркетинга и финансовый план, а так же провели анализ рисков.

Главной целью проектируемого предприятия является проникновение на рынок и последующее расширение рыночной доли. Одно из достоинств батутного парка стало большое количество предлагаемых услуг по привлекательным ценам, что делает его конкурентоспособным.

Разработав бизнес-план, можно сделать вывод о том, что проект эффективен. Чистая прибыль составляет 2340000 руб. в год, что позволит закрыть затраты за 1 год и 9 месяцев (дисконтированный период окупаемости). Чистая текущая стоимость проекта (NPV) при ставке сравнения 20% годовых составляет 1938222,19 руб. Положительная величина NPV подтверждает целесообразность вложения средств в проект.

Таких показателей мы добились, прежде всего, за счет высококвалифицированного персонала, эффективной рекламной компании, широкого спектра услуг, действующих акций, бонусных программ и удачного месторасположения.

Основным достоинством данного проекта является прибыльность. При расчете дохода и затрат на реализацию услуг, получается, что организация ни разу не терпит убытка, хотя это возможно в будущем из-за непредвиденных обстоятельств.

Еще одно, не мало важное, достоинство проекта - это ненасыщенность выбранного рынка услуг. В данный момент предложение в данной сфере не успевает за спросом населения.

Можно выделить недостаток выбранной сферы - это дефицит квалифицированных тренеров. Отсюда, недостаток в предоставлении услуг, чтобы устранить этот недостаток необходимо обучение или переобучение тренеров, а это незапланированные затраты, которые уже относятся непосредственно к проекту, а не к выбранной сфере.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что задачи дипломного проекта выполнены и цель достигнута.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Горемыкин, В.А. Бизнес-план: Методика разработки. 45 реальных образцов бизнес-планов / В.А. Горемыкин, А.Ю. Богомолов - 3-е изд., доп. и перераб. - М.: «Ось-89», 2016.- 864 с.
2. Горохов Н.Ю., Малев В.В. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ / Н.Ю. Горохов. – М.: Информационно-издательский дом Филинь, 2012 – 208 с.
3. Горфинкель, В. Я. Малые предприятия: организация, экономика, учет, налоги: учеб.пособие / В. Я. Горфинкель, В. А.. – М. : Юнити, 2016. – 357 с.
4. Грибалев Н.П. Бизнес-план. Практическое руководство по составлению / Н.П. Грибалев. - С. Петербург: Белл, 2016. – 203с.
5. Давидссон, П. Исследую предпринимательство / П. Давидссон. – М.: ВШЭ, 2014. – 400 с.
6. Климова, М.А. Индивидуальное предпринимательство: организация работы / М.А. Климова. – М.: Библиотека «Российской газеты», 2014. – 192 с.
7. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 672 с.
8. Кузьмина, Е.Е. Организация предпринимательской деятельности/ Е.Е. Кузьмина, Л.П. Кузьмина. – М.: Юрайт, 2014. – 508 с.
9. Лапуста, М. Г. Предпринимательство/ М.Г.Лапуста. – М: ИНФРА – М, 2012. – 496 с.
10. Ларионов, И.К. Предпринимательство/ И.К. Ларионов. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 192 с.
11. Просветов, Г.И. Бизнес-планирование: Задачи и решения: учебно-методическое пособие / Г.И. Просветов. – М.: Издательство РДЛ, 2012. – 208 с.

12. Резник, С.Д. Основы предпринимательской деятельности/ С.Д. Резник, И.В. Глухова, Н.А. Назарова, А.Е. Черников. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 44 с.
13. Романова, М.В. Бизнес-планирование: учеб.пособ./ М.В. Романова. – м.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2016. – 240 с.
14. Рубин, Ю.Б. Предпринимательство. / Ю.Б. Рубин. – СПб.: Синергия, 2014. – 864 с.
15. Савицкая, Г.В. Экономический анализ: учеб. / Г.В. Савицкая. – 11-е изд. – М.: Новое издание, 2012. – 651 с.
16. Степанов, И.М. Бизнес-планы. Полное справочное руководство. / И.М. Степанов – М.: Лаборатория базовых знаний, 2016. – 240 с.
17. Ушаков, И.И. Бизнес-план / И.И. Ушаков. - СПб.: Питер, 2012. – 43 с.
18. Теория организации/ под ред. Г.Р. Латфуллина, О.Н. Громовой, А.В. Райченко. – М.: Юрайт, 2014. – 480 с.
19. Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ (ред. от 28.12.2016) «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей». // Доступ из спр.-правовой системы «Консультант-плюс».
20. Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300-1-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О защите прав потребителей». // Доступ из спр.-правовой системы «Консультант-плюс».
21. Федеральный закон от 24.07.2012 № 209-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 29.12.2015). // Доступ из спр.-правовой системы «Консультант-плюс».

22. Глазов М.М. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – М.: Андреевский издательский дом, 2012, 448 с.
23. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М.: Проспект, 2012, 424 с.
24. Кольцова И.В., Рябых Д.А. Практика финансовой диагностики и оценки проектов. – М.: Вильямс, 2013, 416 с.
25. Крутякова Ю.А., Юсупова С.Р. Бизнес-планирование. – М.: Проспект, 2014, 352 с.
26. Липсиц И.В. Бизнес-план – основа успеха / И.В. Липсиц. - М.: Машиностроение, 2013– 80с.
27. Липсиц, И. В. Что такое бизнес-план и как его составить / И.В. Липсиц. – М.: Рост-сия молодая, 2016. – 387 с.
28. Галенко, В.П. Бизнес-планирование в условиях открытой экономики: учеб.пособ. для высш. учеб. заведений / В.П. Галенко, Г.П. Самарина, О.А. Страхова. – М.: Издательский центр «Академия», 2012. – 288 с.
29. Глущенко Е. В. Теория управления / Е.В.Глущенко. - М.: Вестник, 2012.-380 с.
30. Горемыкин, В.А. Бизнес-план: Методика разработки. 45 реальных образцов бизнес-планов / В.А. Горемыкин, А.Ю. Богомолов - 3-е изд., доп. и перераб. - М.: «Ось-89», 2016.- 864 с.
31. Горохов Н.Ю., Малев В.В. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ / Н.Ю. Горохов. – М.: Информационно-издательский дом Филинь, 2012 – 208 с.
32. Грибалев Н.П. Бизнес-план. Практическое руководство по составлению / Н.П. Грибалев. - С. Петербург: Белл, 2016. – 203с.
33. Давидссон, П. Исследуя предпринимательство / П. Давидссон. – М.: ВШЭ, 2014. – 400 с.